

---

Benoît VERDIER et Anne PARIZOT (dirs), *Du Sens à l'expérience. Gastronomie et œnologie au prisme de leurs terminologies*

Reims, Éd. et Presses universitaires de Reims, 2018, 370 pages

Jacques-Philippe Saint-Gerand

---



**Édition électronique**

URL : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/22968>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.22968

ISSN : 2259-8901

**Éditeur**

Presses universitaires de Lorraine

**Édition imprimée**

Date de publication : 15 novembre 2020

Pagination : 454-459

ISBN : 978-2-8143-0586-1

ISSN : 1633-5961

**Référence électronique**

Jacques-Philippe Saint-Gerand, « Benoît VERDIER et Anne PARIZOT (dirs), *Du Sens à l'expérience. Gastronomie et œnologie au prisme de leurs terminologies* », *Questions de communication* [En ligne], 37 | 2020, mis en ligne le 15 novembre 2020, consulté le 03 mai 2021. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/22968> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.22968>

---

*Questions de communication* is licensed under CC BY-NC-ND 4.0



la syntaxe – partitifs, hypercorrections, emploi de l'article et de l'adjectif possessif, le datif éthique, les constructions impersonnelles, les temps surcomposés, les propositions participes, les voix, les auxiliaires, l'ordre des mots, etc. (un seul exemple ici, parmi les nombreux recueillis par l'auteur : « Vendée : je suis commandé [...] pour aller à Mailly à l'enterrement. Je suis été désigné pour porter la croix », p. 26). En tout, ce que réussit P. Rézeau dans ce chapitre est une vraie grammaire des poilus, comme jamais donnée auparavant.

Quant aux nombreux articles du dictionnaire proprement dit, ils ouvrent au lecteur un vrai panorama – éclaté – de la vie des soldats sur le front. Même si l'on choisit les articles à lire au hasard, la reconstruction fascine, mais, très souvent, horripile. Telles les expressions ou les mots que nous avons sélectionnés notamment dans l'argot des tranchées : *matriculer ses abattis* (loc. verb. *pop.* « se préparer à recevoir des coups (ici une attaque ennemie) », s. v. *abattis*) ; *manger avec les anges* (loc. verb. *fam.* « être privé de manger, ne pas manger », s. v. *ange*) ; *casque à pointe* (loc. nom. m. « soldat allemand », s. v. *casque*) ; *revenir avec sa couenne* (loc. verb. *pop.* « revenir vivant », s. v. *couenne*) ; *culbutant* (n. m. « projectile de guerre non identifié », s. v.), *cure-dents* (n. m. « arbre haché par la mitraille, dont il ne reste que le tronc échiqueté », s. v.) ; *distribution* (n. f. « envoi massif d'obus, bombardement », s. v.) ; *dudu* (n. pr. « surnom du canon allemand de 90 », s. v.) ; *dumdumiser* (v. tr. « cisailer l'enveloppe d'une balle de fusil pour qu'elle provoque une large déchirure en s'écrasant sur son objectif », s. v.) ; *fourchette* (n. f. « baïonnette », s. v.) ; *Franz, Frédéric, Joseph, Wilhelm*, (n. pr. « surnoms des soldats allemands », s. v.) ; *gabionneau* (n. m. « petit clayonnage ou petit sac rempli de terre pour servir de protection », s. v.) ; *hirondelle* (n. f. « 1. torpille aérienne à ailettes » [...] 2. *hirondelle des cimetières* loc. nom. f. « balle perdue », s. v.) ; *homme de jus/de lettres/de soupe, homme-seau* (n. m. « soldats préposés à la distribution du café matinal, des lettres, des repas, à une corvée d'eau », s. v.) ; *joujou* (n. m. « revolver », 2. « canon ») ; *marmite* (n. f. [...] 2. « gros obus », s. v.) ; *pelote* (n. f. « punition consistant à marcher, avec armes et sac sur le dos, autour de la cour du quartier ou d'un lieu de cantonnement », s. v.) ; *photographier* (v. tr. « repérer, prendre pour cible », s. v.) ; *poirer* (v. tr. « attraper, faire prisonnier par surprise », s. v.) ; *poussette* (n. f. « brancard monté sur deux roues, pour le transport des blessés », s. v.) ; *quatre cent vingt* (n. m. « surnom d'un seau hygiénique [...] par référence aux dimensions respectables de l'obus de 420 », s. v.) ; *salut(ation)* (n. m./f. « fait de baisser la tête, de se plier en deux ou de se mettre à plat ventre, pour éviter

un projectile », s. v.) ; *tue-boches* (n. m. l. « fusil » [...] 2. « appareil lance-grenades », s. v.) ; *wagon* (n. m. « gros obus », s. v.) ; *Zigomar* (n. pr. « dénomination d'un avion ou d'un aviateur allemand », s. v.) ; *zouzou* (n. m. « zouave », s. v.). Et la liste est très longue. Ces exemples confirment que l'humour était bien une « arme de guerre », une « histoire imagée » destinée à rendre la vie dans les tranchées plus facile à supporter.

D'un intérêt plus philologique sont les « Annexes » finales, qui offrent des listes de mots avec leurs sens ou avec des citations puisées à l'immense corpus qui est à la base de ce grand ouvrage. Ainsi les « bruits de l'enfer », les « balles », la « mitrailleuse », les « obus », les « fusées » fournissent-ils les onomatopées mentionnées et illustrées dans une douzaine de pages (p. 889-902). Et on ne peut ne pas retenir ici les nombreuses fleurs cueillies par les combattants sur les champs de bataille pour les envoyer à leurs êtres aimés : « quelques petites fleurs cueillies devant les tranchées allemandes tout à l'heure » ; « Je t'envoie quelques boutons de fleurs [...] qui ont été arrachées ce matin par un éclat de marmite » ; « Fleurette épargnée par les marmites et cueillie à quelques pas de mon gourbi » (p. 913) ; « ci-joint deux violettes une pour toi et l'autre à petit Jean » ; « ce petit perce-neige, cueilli dans les jardins de l'hôpital » (p. 914). Une poésie de la Grande Guerre qui va de pair avec certains artistes peintres, dont une œuvre a servi à la couverture du volume : celle d'un soldat mort à Verdun en 1914. Cet ouvrage ne peut rester que comme une grande référence de ce qu'étaient les mots d'il y a 100 ans.

Liana Pop

Universitatea Babeş-Bolyai, RO-400084 Cluj-Napoca,  
Roumanie  
liananegruti[at]yahoo.fr

**Benoît VERDIER et Anne PARIZOT (dirs), *Du Sens à l'expérience. Gastronomie et œnologie au prisme de leurs terminologies***

Reims, Éd. et Presses universitaires de Reims, 2018, 370 pages

En tant que mammifères sémiologisés et sémiologisants, les humains ont cette particularité de pouvoir créer du sens à partir de l'expérience des sens. C'est cette aptitude, modelée par les signes qui la portent et qui en transmettent les contenus, que le présent volume se donne comme ambition d'étudier à travers toutes les formes qu'elle peut recouvrir. Constitué de trois sections, l'ouvrage est précédé d'un liminaire en deux volets. Associant vin et gastronomie, Jean-Jacques

Boutaud cherche d'abord à faire vivre expérience et existence en bons termes (p. 9-14) afin de susciter « un lieu d'épiphanie » expérientielle qui permette de « voir naître autrement le sens » (p. 14). Benoît Verdier et Anne Parizot, pour leur part, s'emparent de la notion de patrimoine immatériel car « l'art du "bien manger" et du "bien boire" » s'inscrit dans l'histoire des sociétés « révélant à la fois l'aspect sociologique, culturel et relationnel entre les individus eux-mêmes » (p. 15), ce qui les conduit à poser la question « et si on interrogeait les terminologies ? » (p. 15-19) puisque ce domaine d'expérience a déjà fait l'objet d'une réflexion par « les sémioticiens, ethnologues, linguistes, etc. » (p. 16).

La première partie s'intitule « Approches et expériences culturelles » (p. 21-131). Elle s'ouvre par une stimulante analyse d'Isabelle Daussaint-Donneux, « Marguerite Duras, là où nourriture et boisson se font être et non être » (p. 23-35), qui montre comment la nourriture et la boisson sont des objets essentiels à l'écrivain pour « fracturer le discours social. Et Duras pour les mettre en texte en convoque à la fois les aspects linguistiques (réflexion sur le lexique, sur la stéréotypie, sur la polysémie, sur la syntaxe), les aspects sémiologiques et mythiques et les effets pragmatiques (inverseur argumentatif et perlocutoire) » (p. 35). Inka Wissner choisit un autre angle d'attaque littéraire et anthropologique en s'attachant aux aspects de la cuisine de terroir dans des romans régionalistes, en l'occurrence la cuisine de Vendée à travers les œuvres d'Yves Viollier, le « Vendéen de l'École de Brive ». Après avoir étudié l'ordonnance et le contenu des repas au cours de la journée, du déjeuner à cinq heures du matin jusqu'au souper du soir, elle peut conclure que, « dans le lieu d'expression prestigieux que constitue la littérature, l'écrivain ne se contente pas de présenter les repas paysans comme une réalité culturelle "simple", vieillissante, à ingrédients répétitifs. Le repas se voit doté d'une dimension émotionnelle et éthique que le lecteur est invité à découvrir : celle de sensations collectives qui sont attribuées aux personnages et aux narrateurs (eux-mêmes souvent des personnages-narrateurs). C'est moins le contenu du repas qui importe que sa valeur symbolique » (p. 47). D'un point de vue différent, puisqu'il fait nommément intervenir la dimension historique, Frédéric Zancanaro propose une riche étude, « Permanence et dynamique de l'esthétisation dans l'art culinaire français » (p. 51-68), de la fin du Moyen Âge à la seconde moitié du 20<sup>e</sup> siècle. Il fait remarquer que, si le Moyen Âge est globalement indifférent à l'artification des repas, l'émergence progressive d'une bourgeoisie depuis le 17<sup>e</sup> siècle fait apparaître des goûts, des saveurs, des parfums différents : « Les créations culinaires sont ainsi la

conséquence du processus de distinction sociale » (p. 53). Au cours des 17<sup>e</sup> et 18<sup>e</sup> siècles, le menu à la française « tend à se fixer autour de trois services » (p. 57), chacun se composant du même nombre de plats selon une régularité et une symétrie qui créent une « mise en scène des aliments, une sorte de spectacularisation des mets où l'ornement de la table concourt à l'embellissement et à la magnificence du repas » (*ibid.*). L'auteur pointe également, avec l'ouverture de restaurants à la fin du 18<sup>e</sup> et au début du 19<sup>e</sup> siècle, le transfert de « l'art culinaire de l'aristocratie vers la bourgeoisie » (p. 61) et le passage concomitant de cette activité de la « sphère privée vers la sphère publique » (*ibid.*). Les nouvelles conventions esthétiques de l'art de la table au 19<sup>e</sup> siècle sont formalisées par le célèbre Augustin Carême, dont l'ouvrage en cinq volumes de 1833 marque le passage du « positionnement harmonieux des mets sur la table [...] aux règles de présentation littéraires et visuelles des mets » (p. 62). Au 20<sup>e</sup> siècle, jusqu'à l'avènement de la nouvelle cuisine, l'art culinaire prolonge la tradition du 19<sup>e</sup> siècle. Le dressage à l'assiette, parfois imaginé au détour des années 1960 par Jean-Baptiste Troigros, opère une révolution radicale puisque, désormais, le mangeur se trouve reconnu dans son individualité au lieu d'avoir à subir l'anonymat du partage de plats tout droit sortis d'un *Guide culinaire*... Dans « La qualité des grands vins : marque, label et politique. Analyses de la terminologie de la communication des domaines viticoles » (p. 69-81), Camille Brachet et Aurélien Le Foulgoc, après avoir constaté la vogue croissante du bio, y compris dans le secteur viticole, s'interrogent sur les raisons pour lesquelles « un rapport de force s'installe entre la marque des châteaux, intemporelle, signe indéfectible de la qualité, et la vague montante des produits biologiques, véritable prise de conscience sociétale » (p. 70). Ils mettent en évidence la mutation du travail de la terre entre tradition et innovation (p. 70), le passage de la terre à l'entreprise dans les formes de communication et de valorisation du travail du vin (p. 74) et la fonction symbolique de la famille au cœur du processus de transmission des valeurs (p. 76) avant de souligner comment l'art et la culture permettent de dépasser les considérations environnementales (p. 78) et de conclure sur l'idée que « la question du biologique » (p. 80) devient aujourd'hui un catalyseur essentiel de réflexions dans le domaine de la vigne et du vin. Avec « Les grands vins, de l'histoire au *storytelling* : création d'une expérience » (p. 83-97), Évelyne Resnick propose une carte comparative de "l'imaginaire culturel" des grands vins à travers des "expériences de narration" qui donnent (ou prêtent ?) sens aux mots de la dégustation et du goût » (p. 85). Pour cela, elle a rassemblé un corpus de vins français

et californiens représentatifs de l'idée que l'on se fait des grands vins. Elle étudie en premier lieu « la narration par les mots » (p. 85) sur les sites web, les réseaux sociaux et les dossiers de presse, avant d'envisager « la narration par les visuels » (p. 86), les « thèmes et structure de la narration » (p. 88) en opposant fortement les univers français et californien sur la base d'imaginaires culturels très différents (p. 93). Et elle conclut l'exposé de ces différences par une synthèse médiane : « Aux Français de s'ouvrir comme les Américains à l'œnotourisme pour partager avec leurs mots leur passion, leur savoir (faire), leur histoire à travers un savoir dire. Et aux Américains de renforcer leurs liens avec leurs origines historiques, légendaires ou territoriales » (p. 96). C'est l'étude du « rôle de la nouvelle architecture des chais dans l'artification du vin tant au niveau de sa communication médiatique que dans sa communication visuelle *in situ* des lieux de production » (p. 99) qu'envisage Véronique Anderlini-Pillet dans « L'architecture des chais : expérience esthétique et *storytelling* » (p. 99-113). Fondée sur l'exploitation des données d'un corpus d'articles de presse, de sites spécialisés, ainsi que de sites de grands crus classés, son étude cherche à expliquer le sens que les grandes institutions viticoles veulent promouvoir en soignant l'architecture de leurs chais, souvent confiée aux plus grands noms de la discipline. Cette dernière se présente d'abord comme un élément historique de la marque (p. 102) et se prête ensuite aux jeux de la communication (p. 103) : le chai souterrain et circulaire de Ricardo Bofill pour le Château Lafite-Rothschild. Une prolifération de créations nouvelles à la suite de ce premier exemple – Frank Gehry, Zaha Hadid, Santiago Calatrava, Ming Pei, Jean Nouvel, voire Philippe Starck, qui n'est en rien architecte, etc. – fait se poser la question de savoir « si c'est l'architecte qui valorise le cru ou le cru qui valorise l'architecte » (p. 106). D'où cette conclusion en demi-teinte : « Le chai devient donc un élément du discours de l'œnologie qui transcende la consommation du produit avant même l'expérience à travers les anecdotes et les récits qui construisent et transmettent le discours d'artification » (p. 108). En collaboration avec Audrey Moutat, Yves Tesson, Jean-Michel Durivault et François Hure, Richard Marchal propose une analyse sémantique de textes anciens avec « Terroir et pressurage en Champagne hier et aujourd'hui » (p. 115-131). En étudiant très précisément *Manière de cultiver la vigne et de faire le vin en Champagne, Et ce qu'on peut imiter dans les autres Provinces, pour perfectionner les vins*, publié à Reims en 1718, les auteurs observent que « le lexique du XVIII<sup>e</sup> siècle présente quelques similitudes avec la terminologie contemporaine » et « dresse des profils sensoriels identiques fondés sur la clarté de la robe et

l'équilibre de la bouche » (p. 131). Ils peuvent conclure sur « la très grande stabilité en Champagne du fractionnement des jus à la sortie [...] largement dictée par des choix sensoriels inchangés » (*ibid.*).

La seconde section de ce volume regroupe huit articles sous l'intitulé « Interculturalité et traductologie » (p. 133-279). Monica Maria Coroş et Alexandra Dulău traitent de « L'Hospitalité roumaine : vocabulaire du vin et de la gastronomie » (p. 135-150). À travers un panorama historique et thématique fourni, ainsi qu'à l'aide d'exemples saisissants, ils concluent que, « de la table royale à celle du paysan, la cuisine roumaine est variée et de qualité. Étant donné qu'elle a subi bien des influences, elle peut être considérée comme éclectique en matière de plats, mais le goût de ceux-ci est dû à l'agriculture traditionnelle et à la façon de cuisiner qui sont spécifiques à cet endroit. Un plat est mis en évidence par une boisson, surtout un vin ; malgré la tradition millénaire de la viticulture roumaine, les consommateurs doivent être encore formés dans ce sens » (p. 147). À l'aide de textes de Maurice Chappaz, Charles Ferdinand Ramuz ou Jacques Roman, Liliana Foscalu propose une intéressante « Approche littéraire de la terminologie œnologique en contexte traductif » (p. 151-165) dans laquelle elle met en évidence le fait que « la littérature offre [au traducteur] un support fort intéressant, extrêmement riche, complexe et dynamique, accueillant, efficace et surtout loin d'être exploité à ses capacités » (p. 164), en raison de ce que les œuvres littéraires assurent la coexistence d'un contenu technique et d'un dessein stylistique, dont l'effet ultime est de valoriser « l'art de la dégustation » (p. 162). « L'étude comparée des unités phraséologiques comportant le concept "vin" en géorgien et en français » (p. 167-179) est l'objet d'étude de Ketevan Djachy, Lolita Tazbushvili et Inga Tkemaladze. En s'attachant aux « combinaisons lexicales utilisées fréquemment et caractérisées principalement par un certain degré de figement linguistique » (p. 171), les auteurs parviennent à mettre en évidence une forte parenté entre les phrasèmes français et géorgiens, à la seule différence que ces derniers ne font pas appel au registre linguistique argotique. Leur étude permet également de promouvoir l'actualité, dans les deux pays, du vin orange, « véritable chaînon manquant entre le blanc, le rosé et le rouge, avec l'avantage d'embrouiller joyeusement les associations classiques » (p. 179). L'enseignement du français à des apprenants étrangers se fondant sur des méthodologies variées, il revient à Rita Bassa de sonder « Les termes de gastronomie française employés par la gastronomie brésilienne. Des dialogues permanents dans un enseignement

du français sur objectifs spécifiques » (p. 181-195). Partant de l'observation que, « malgré la forte identité brésilienne, l'héritage de la gastronomie française est présent soit par l'usage des techniques françaises de préparation, soit par la mise en place quand il s'agit de préparer un repas plus raffiné ; soit par l'emploi de termes français qui dans le métier d'un gastronome brésilien ne trouvent pas de correspondance en langue portugaise » (p. 181), l'autrice relate les différents étapes de l'élaboration, entre 2014 et 2017 (p. 186), d'un *Glossaire des termes de la gastronomie française reconnus au Brésil* (p. 194) dont l'utilité est de fixer non seulement une terminologie, mais aussi des pratiques culinaires à respecter. Monika Kostekova s'intéresse à l'« Harmonisation de la terminologie français-slovaque du traitement de la viande et de la préparation des plats à base de la viande » (p. 197-204) et, dans la situation présente, conclut en mineur : « Quand bien même le contact des langues et l'influence de la gastronomie française sur la gastronomie slovaque sont considérables, les terminologies nationales sont assez différentes et leur harmonisation nécessite encore beaucoup de recherches à mener » (p. 202). L'« Analyse stylistique, sémantique et culturelle de la terminologie dans les notes de dégustation œnologiques » (p. 205-222) fournit à Éléonore Obis et Jean Szlamowicz l'occasion d'un très riche et très utile chapitre démontrant que « le langage est le lieu de rencontre entre l'objet chimique et le champ symbolique : nous consommons d'abord des mots » (p. 206). C'est ainsi que *light*, *medium*, *full-bodied* (p. 210), *dry* (p. 211), *crisp* (p. 213), *zesty*, *focused* (p. 154), *fresh*, *core* (p. 215), *drive*, *knit*, *rich* (p. 216), *chalky* (p. 217), *dusty* (p. 218) font l'objet de précieuses notices ouvrant des perspectives inédites sur leurs modes de traduction (p. 219), avant une conclusion dans laquelle les auteurs soulignent opportunément que « le discours du vin se caractérise par une tension entre l'hédonisme inhérent à sa consommation et l'adoption d'un vocabulaire technique pour décrire cette expérience dans le cadre d'une production textuelle marchande. À cet égard, l'ivresse est d'abord linguistique, la note de dégustation figurant comme une promesse de délices qui sont symboliques avant d'être sensorielles » (p. 221). Avec une approche des « Discours œnologiques sur les réseaux sociaux chinois : une étude comparative » (p. 223-233), Weiwei Guo, tenant compte des différences structurelles des langues française et chinoise met subtilement en évidence la distinction de commentaires rédigés à l'aide de « phrases courtes et rythmiques » (p. 229) et de commentaires plus proches de la langue orale, utilisant un style « lyrique » égayé par des procédés de métaphorisation ou de personnification (p. 230),

dans lesquels « l'hédonique l'emporte complètement sur le technique » (p. 233). C'est à une étude tripartite que nous convient Sylvain Farge et Eva Lavric : « Le chef artiste, le convive complice : cartes et sites des restaurants gastronomiques français, allemands et autrichiens » (p. 235-269). En étudiant 11 sites internet de restaurants prestigieux (quatre ou cinq toques Gault & Millau) et en s'attachant à la présentation des cartes de menus, les auteurs mettent en évidence toutes les différences de stratégie, mais aussi les quelques points de convergences qui apparaissent dans ces établissements lorsqu'il s'agit de verbaliser et, en quelque sorte, de théâtraliser l'art du Chef : « Les grands Chefs actuels se saisissent des nouvelles opportunités offertes par internet pour se présenter comme artistes des sens. Devenant artistes, ils misent sur le visuel, l'esthétique de l'image, masquant l'aspect technique du métier, dont on ne fait plus montre dans les intitulés des plats (bien qu'ils réapparaisse à travers les vidéos), pour insister sur le caractère unique de l'expérience gastronomique, qui englobe tous les sens et place le mets exquis au centre d'un réseau ancré dans un paysage, dans une recherche de la qualité, et dans une convivialité qui dépasse le simple rapport de consommation pour se rapprocher d'un rapport public-artiste, mais aussi d'une complicité qui fait du convive un ami de la famille » (p. 266).

La troisième partie de l'ouvrage « Représentations d'expérience, Expériences en représentation » (p. 271-370), s'ouvre sur le travail d'Hélène Burzala-Orly, « Mots et imaginaires des légumes au restaurant. Des dimensions linguistiques aux dimensions éthiques » (p. 273-290). L'autrice prend acte de la contradiction observable : « Alors que les légumes sont promus dans la majorité des discours officiels, médiatiques, publicitaires, et que les Français mangent de plus en plus hors domicile, la consommation de légumes reste stagnante voire déclinante en France » (p. 274). Elle s'attache à analyser la « rhétorique alimentaire » (R. Barthes, *L'Aventure sémiologique*, Paris, Éd. Le Seuil, 1985) des restaurants afin de déterminer « les valeurs et l'éthique de vie » (p. 275) qu'ils proposent. Les restaurants du quotidien – *Flunch*, *Nota Bene* – se caractérisent par l'absence de valorisation des légumes que soutient une pauvreté lexicale et sémantique tangible (p. 276). Dans les restaurants de qualité – Les Terrasses, Le Jardin intérieur à Lyon –, le légume oscille entre sophistication en tant qu'adjuvant qualitatif et simplicité en tant qu'outil nutritionnel (p. 278). Enfin dans les établissements qui recherchent la qualité « bistronomique », les mots désignant les légumes « figurent l'idée d'un produit cuisiné de manière moderne et créative et

en donnent une image contemporaine » (p. 283). Au terme de cette enquête, ce sont bien en fin de compte des formes de vie qui s'opposent autour de la valorisation ou de la non-valorisation des légumes sur la carte des restaurants : « quand sain et bon s'excluent mutuellement » (p. 286) ou « quand sain et bon se rencontrent dans l'idéal du bien-être » (p. 287). Parmi toutes les sensations perceptibles, Antonella Guarino et Claudia Mignola ont choisi de s'intéresser à « La terminologie gastronomique à l'égard des sensations olfactives » (p. 291-304). Pour cela, elles recourent au roman de Muriel Barbery, *Une Gourmandise* (Paris, Gallimard, 2000), dans lequel, parmi toutes les notations sensorielles, elles traquent « les mots utilisés pour désigner les odeurs et les adjectifs employés [qui] constituent un vocabulaire spécifique » (p. 296). Distinguant plus particulièrement entre *odeur* et *parfum*, elles aboutissent à la conclusion que « *parfum* se limite principalement à des contextes où il est question de décrire un aliment, alors qu'*odeur* est davantage employé pour décrire l'espace (voir les adjectifs dimensionnels, tels que *léger*, ainsi que les adjectifs qui décrivent la dimension aérienne [...]) » (p. 302). Patrick Leboyer, pour sa part, étudie « La fonction expérientiation en lexicographie œnologique : la promotion de la minéralité » (p. 305-326). À ses yeux, la lexicographie vitivinicole adjoint une cinquième fonction à ses quatre premières – cognitive, communicative, opérative et interprétative – de base (p. 307), à savoir la fonction *expérientielle*. « Le flou sémantique qui entoure les notions de *minéral* et *minéralité* est confirmé par la forte hétérogénéité des formats lexicographiques qui leur sont consacrés et qui révèlent plusieurs stratégies de détournement lexicographique de ces notions » (p. 314) note-t-il, ce qui conduit les lexicographes à sortir de leur rôle de descripteur pour entrer dans celui de prescripteur et normalisateur. En utilisant *Enolex*, « dictionnaire professionnel de la dégustation originellement développé sur demande de la filière vitivinicole de la Bourgogne » (p. 317), l'auteur met en évidence l'importance du flou dans la description lexicographique : « Le flou permet [...] au lexicographe de détourner et contourner les notions pour mieux les exploiter. C'est précisément le flou qui ouvre grande la voie à la richesse des interprétations notionnelles, à la productivité des représentations lexicographiques et à leur réappropriation expérientielle. À la connaissance et à la communication de la minéralité se substitue l'expérientiation de la minéralité, et le produit vin va y gagner en légitimité et capital expérientiel. Pour le lexicographe, c'est aussi prétexte pour repousser les frontières de la lexicographie et questionner la discipline » (p. 324). Enfin, Kilien Stengel étudie « Le

BON aliment pour une BONNE alimentation » (p. 327-342) à travers une analyse historique et anthropologique de l'évolution du bien-manger, dont il tire cette conclusion : « Les titres et appellations de chaque produit reconnu comme bon, comme de chaque bonne recette, ont bien plus fait avancer l'imaginaire du consommateur que les préparations par elles-mêmes, rapportant toujours au passage un fragment de vocabulaire appartenant au passé afin de raviver la mémoire du mangeur » (p. 341).

Pour donner au volume une contribution synthétisant les acquis variés de ces chapitres issus d'horizons si variés, aux méthodologies si distinctes et aux desseins si fortement différents, Laurent Gautier pose, *in fine*, cette question : « La sémantique des termes de dégustation peut-elle être autre chose qu'une sémantique expérientielle et expérimentale » (p. 343-358) ? Et, derrière cette question rhétorique, il développe le postulat que « la saisie du sens des termes de dégustation ne peut se faire que dans des discours authentiques, produits tantôt avec, tantôt sans stimuli, et ne saurait reposer sur une compilation de lexiques, glossaires ou autres dictionnaires du vin » (p. 344). À cette fin, il analyse « le terme en discours de dégustation entre objectivisme et constructivisme » (p. 345). Revenant sur l'exemple du couple *minéral/minéralité* (p. 351), il observe que « l'effacement progressif des frontières entre discours prescriptifs et descriptifs [...] invite d'une part à reconnaître l'existence de catégories floues, aujourd'hui acceptées sous l'appellation de *soft terminology* et d'autre part à intégrer, dans des tâches de réponse ou d'appariement, le profil déclaré du répondant » (p. 352), ce qui contribue à « l'évanescence de l'utilisateur final » (p. 350). D'où une conclusion ouvrant sur de vastes perspectives bien plus larges que celles de la stricte sémantique cognitive : « La terminologie du discours de dégustation [...] pose d'importants enjeux de théorie sémantique qui ne peuvent être résolus que dans une perspective pluridisciplinaire, associant les sciences humaines et sociales et les sciences expérimentales, tout comme les professionnels » (p. 356). En guise de postface, il revient à un restaurateur, directeur de la revue *Papilles*, Gérard Allemandou, de faire part de son action : « Cognac, le sens d'une expérience » (p. 359-370). En relatant les conditions dans lesquelles il a su faire de son établissement une référence dans la reconnaissance des qualités du cognac, il insiste sur les règles de « formalisation de la dégustation du cognac » (p. 361), avec l'élaboration d'un lexique de base (p. 362), et des fiches techniques spécifiques (p. 363-364). En demandant aux consommateurs de verbaliser leurs perceptions, il propose enfin une approche

rationnelle du vocabulaire de la dégustation fondée sur l'opposition de qualités positives et négatives.

Devant un ensemble aussi fourni de remarques et de données que celui que renferme ce volume, on regrettera que ce dernier ne soit pas doté d'une bibliographie générale, qui éviterait la répétition au fil des articles des mêmes auteurs et mêmes ouvrages. On regrettera également une certaine disparité de qualité scientifique entre les diverses contributions, laquelle tient vraisemblablement à la nature des objets étudiés et à des fondements épistémologiques quelquefois vacillants, et enfin, que cet ouvrage ne soit pas doté d'un index des notions et des noms de personnes ou de marques, de terroirs, qui en faciliterait la consultation. Il reste cependant que le lecteur intéressé par ce secteur de la recherche trouvera dans ce beau volume de multiples occasions d'apprendre et de s'interroger.

Jacques-Philippe Saint-Gerand

Université de Limoges, CeReS, F-87000 Limoges, France  
jacques-philippe.saint-gerand[at]unilim.fr

## Médias, technologies, information

**Mark BRIGGS, *Manuel de journalisme. Blogs, réseaux sociaux, multimédia, info mobile***

Trad. de l'anglais (États-Unis) par C. Robert, Paris, Eyrolles, 2de édition, 2019, 321 pages

Écrit par le journaliste américain Mark Briggs et traduit par Charles Robert, cet ouvrage présente un secteur d'activité en pleine mutation, celui de l'information et du métier de journaliste. En préambule, il constate que le secteur de l'information est impacté durablement et profondément par les innovations technologiques. Lors des années 1990 puis 2000, les entreprises de presse ont vu leur modèle économique totalement bouleversé par le développement des technologies numériques et nombre d'entre elles ont subi une situation dont elles avaient mal évalué les conséquences sur leur organisation et sur les métiers de l'information. M. Briggs ne se contente pas de dresser la liste des bouleversements subis par des entreprises de presse en déclin ; au contraire, il donne des pistes et des conseils aux journalistes de demain. L'auteur se veut résolument optimiste pour l'avenir du secteur de l'information et du métier de journaliste. « Le journalisme a de l'avenir » (p. 6) à condition « d'apporter une approche neuve » et de ne pas être enfermé dans un modèle de développement traditionnel. Il montre que la transformation numérique ne doit pas être subie par les professionnels et qu'elle

est une occasion pour les journalistes qui auront beaucoup plus leur « mot à dire dans l'évolution du quatrième pouvoir et dans la façon dont les citoyens seront informés et impliqués dans les décennies à venir » (p. 8).

L'ouvrage s'adresse en priorité à un public d'étudiants, d'enseignants en journalisme, ainsi que de professionnels qui souhaitent compléter ou réactualiser leurs connaissances et leurs compétences en matière de journalisme web. Il faut le considérer comme un mode d'emploi indispensable aux journalistes 2.0 qui doivent inclure dans leurs pratiques des compétences technologiques actuelles. Les explications simples et claires apportées par l'auteur s'appuient sur de nombreux exemples issus des transformations des médias américains et de quelques médias français. L'ouvrage est organisé en neuf chapitres, chacun abordant un sujet sur les pratiques et outils du journaliste web.

Bien qu'utilisant un vocabulaire technique, le premier chapitre (« Comprendre et utiliser les outils du web », p. 9-42) explique de façon simple les raisons pour lesquelles un journaliste contemporain doit autant maîtriser les techniques de base du métier de journaliste (trouver ses sources, rédiger, hiérarchiser l'information...) que les langages informatiques HTML, CSS, XML (outils de balisage destinés à contrôler l'affichage et la distribution des informations sur le web), PHP et Javascript (langages de programmation). Le deuxième (« Blogging et microblogging : publier, distribuer et connecter », p. 43-85) s'ouvre sur une injonction : « Tous les étudiants en journalisme devraient tenir un blog et avoir un compte Twitter » (p. 43). Le message est clair. Publier pour le média employeur reste le métier de base du journaliste, mais publier sur son propre média (blog ou réseau social tel Twitter) est devenu indispensable. L'ouvrage présente les plateformes de publication les plus simples d'utilisation (comme Wordpress) sur lesquelles l'auteur s'appuie pour décrire les étapes d'une publication en ligne. Il montre la façon dont des blogs amateurs se sont professionnalisés et ont été rachetés, pour certains d'entre eux, par des entreprises de presse. De nombreux exemples de blogs passés de l'amateurisme au statut de source de référence, notamment en matière d'informations locales, sont présentés. La flexibilité et l'interactivité avec les lecteurs explique le grand succès du *microblogging* : Twitter, Tumblr, Instagram, Snapchat sont devenus des outils indispensables. M. Briggs explique que la maîtrise des réseaux sociaux est devenue une compétence fondamentale du journaliste car ceux-ci présentent